

VU Research Portal

De pretparksamenleving: een wereld van veilig vertier

van Steden, R.

published in

Omstreden ruimte: de spanning tussen regulering en spontaniteit
2009

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

van Steden, R. (2009). De pretparksamenleving: een wereld van veilig vertier. In J. C. J. Boutellier, N. Boonstra, & M. Ham (Eds.), *Omstreden ruimte: de spanning tussen regulering en spontaniteit* (pp. 15-32). Van Gennep.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

De pretparksamenleving

Ronald van Steden

Sinds het begin van de jaren zestig is de Nederlandse vrijetijdssector uitgegroeid tot een markt van grote economische en financiële betekenis. Drijvende krachten hierachter zijn onder meer de toegenomen welvaart, mobiliteit en technische mogelijkheden. Mensen zijn in hun doen en laten steeds minder afhankelijk van anderen. Er is grote behoefte aan zelfsturing en keuzevrijheid, waar ondernemers via smaakgericht aanbod gretig op inspelen. Het vermaken van de *homo ludens* (de 'spelende mens') is een hele industrie geworden (Mommaas 2000). Pionier op dit terrein was Walt Disney met zijn pretparken – een amusementsconcept dat wereldwijd is gekopieerd en aangepast. Als zodanig vormt Disney volgens Baudrillard (1994 [1981]) een 'hyperrealiteit', een toestand waarin de reële wereld en de wereld van 'simulacra' (beelden van de werkelijkheid zoals tekens, logo's, symbolen en tekenfilmfiguren) niet meer van elkaar te scheiden zijn. Mensen worden constant omringd door media-uitingen die de Disney-versie van Noord-Amerika weerspiegelen. Baudrillard bestrijdt hierbij dat het slechts zou gaan om valse percepties van de werkelijkheid (ideologie). Eerder is 'echt' niet langer meer van 'onecht' te onderscheiden, omdat alles reeds een voorstelling is geworden. Hoe belevenissen en sensaties tot stand komen doet er weinig meer toe, als ze maar worden opgewekt. Het prinsessengevoel in een sprookjespaleis is van net zoveel waarde als in een reëel historische omgeving.

Overtrokken of niet, inmiddels is de aantrekkingskracht van het *Magic Kingdom* ook overgeslagen naar andere vrijetijdscomplexen zoals hotelketens, vakantieoord, luchthavens, casino's, bioscopen, zwembaden, dierentuinen, winkels en (mega-)winkelcentra. Het basiskarakter van zulke omgevingen is hun commerciële inslag met als doel aantrekkelijk en gecontroleerd vermaak. Alle inspanningen zijn erop toegesneden klanten tevreden te stellen. Zij moeten immers een onuitwisbaar positieve herinnering aan hun bezoek overhouden. Met name de laatstgenoemde *shopping malls* zijn tot hét schoolvoorbeeld uitgegroeid van rimpelloos consumentenvertier (Crawford 1992). Mensen worden even uit hun dagelijks leven gelicht om zich over te kunnen geven aan een gedroomd universum, waarin zij de mogelijkheid krijgen 'hun eigen realiteit, geschiedenis, cultuur en toekomst uit te vinden' (Backes 1997, p. 13). De nadruk ligt er op individuele beleving, snelle behoeftebevrediging en het gestalte geven aan een persoonlijke identiteit. 'Gemeenschap', binnen het kader van *shopping malls* heeft derhalve slechts betrekking op een toevallige verzameling van mensen die 'fatsoenlijk gedrag' vertonen (Voyce 2006, p. 279). Of anders gesteld: het gewenste publiek in de ogen van vastgoedeigenaren (en de bezoekers zelf).

Zo bezien vereist carnavalesk vertier een strikte regulering van bezoekers aan pretpark(achtige) ruimten. Ritjes in de achtbaan belichamen de ultieme kick, terwijl mensen toch stevig vastgesnoerd worden in hun stoeltjes. 'Uit je dak gaan' wordt aangemoedigd, maar particuliere beveiligers blijven altijd in de buurt. Vrijheid en veiligheid gaan een wonderlijke relatie met elkaar aan. In dit hoofdstuk zal worden betoogd dat de financieel-economische uitgangspunten die inherent zijn aan het managen van pretparken zich inmiddels tot het publieke domein van straten en pleinen hebben uitgestrekt. 'Het visueel bekoorlijke Disney-regime van schoon, heel en veilig', onderstreept Zukin (1998, p. 832), 'is universeel'. Niet alleen duidelijk afgebakende enclaves zoals vakantieoord en winkelcentra, maar de samenleving als geheel komt in het teken van een pretparksfeer te staan. De openbare ruimte krijgt trekken van een gereguleerd pretpark, waarin spontaniteit en onverwachte gebeurtenissen het liefst worden uitgebannen. Denk onder meer aan de organisatie van festivals en uitgaansdistricten in steden die, naast 'plezier maken', ook een heel arsenaal aan politieagenten, beveiligers, handhavers, bewakingscamera's en detectiepoortjes herbergen.

Het disciplineren van op *fun* gerichte consumenten verrijst als een noodzakelijke conditie van de ‘beleveniseconomie’ (Pine en Gillmore 1999). Onbezorgd genieten mag op geen enkele manier worden vergald – een logica die bijdraagt aan de opkomst van ruimten die sterk gericht zijn op voorspelbaarheid en beheersing.

De erfenis van Disney

Wie wel eens door de binnensteden van Nederland en (ver) daarbuiten wandelt, zal het niet ontgaan zijn hoe homogeen hun uiterlijk is geworden. Overal zien we dezelfde winkelketens, die vrijwel identieke producten en diensten leveren. In dit verband wordt over processen van ‘McDonaldization’ gesproken (Ritzer 2004). Het *fast food*-restaurant heeft flinke invloed gehad op bedrijfsprocessen van andere ketens in de zin dat zij McDonald’s grondbeginselen van efficiency, massaproductie en standaardisatie hebben overgenomen. We komen dit tegen bij New York Pizza, Délifrance, Hema, Blokker, H&M, Ikea en andere grootwinkelbedrijven die het straatbeeld domineren. Op hetzelfde moment is echter een beweging gaande die verder gaat waar McDonaldization ophoudt. Juist in een gelijkvormige omgeving proberen ondernemingen hun waar in een zo aantrekkelijk mogelijke omlijsting aan te bieden – een tendens die Bryman (2004) met de term *Disneyization* omschrijft. Principes en waarden die ontleend zijn aan Disney worden op een globale schaal toegepast om te verlokken en te verleiden. In essentie gaat *Disneyization* om het ‘opleuken’ van producten, waardoor consumenten meer aanschaffen dan strikt noodzakelijk is. Hierbij zijn vier elementen – thematisering, hybride consumptie, merchandising en klantvriendelijkheid – leidend.

Bij thematisering, het eerste element, gaat het erom dat ruimten in ‘een verhaal’ worden geplaatst, zodat mensen iets bijzonders meemaken. Een aansprekend voorbeeld is het Efteling Hotel dat ‘magische overnachtingen’ aanbiedt.¹ Bezoekers kunnen slapen in het huisje van sneeuwwitje, bij de wolf en de zeven geitjes of in de koningssuite. Batavia Stad, een *factory outlet* bezijden Lelystad, waar in de stijl van een Oudhollands dorpje gewinkeld kan worden, spreekt tevens tot de verbeelding.² Rond de plek waar een replica van het zeventiende-eeuwse schip de Batavia werd gebouwd, is een vestingstadje opgezet compleet met een zware muur, stadspoorten, klinkerstraatjes en een reeks houten winkelgebouwtjes. Of neem het familieparadijs Holle Bolle Boom nabij Alkmaar.³ Naast een restaurant en camping omvat het complex een buiten- en binnenspeeltuin, een overdekt waterfestijn en een koddig supermarktje – dit alles omlijst met sprookjesfiguren, een minigolfbaan en eettentjes. Hierbij stuiten we meteen op het tweede element van *Disneyization*: hybride vormen van consumptie; kamperen, horeca en kinderfeestjes worden innig met elkaar vervlochten. Ondernemers proberen langs deze weg mensen maximaal aan hun bedrijf te binden. Als bezoekers blijven plakken, zo is de gedachte, zullen zij kwistig geld uit blijven geven.

Element drie is ‘merchandising’: de verkoop van goederen met uiteenlopende, onder licentie geproduceerde, merken en bedrijfslogo’s. Het vrolijke Eftelingclowntje Pardoes is terug te zien in poppen en op bakers, luchthaven Schiphol⁴ verkoopt spulletjes met KLM erop en Artis de Partis⁵ steelt de show als knuffelbaar hebbedingetje van de welbekende dierentuin. Verkoop en reclame slaan twee vliegen in een klap. Tenslotte noemt Bryman ‘*service with a smile*’ als onderscheidend element van *Disneyization*: een uiterst klantvriendelijke en entertainende bejegening van mensen. Het Amsterdamse winkelwalhalla Magna Plaza⁶ huurt ter verstrooiing van de klant een pianist in, tijdens de feestdagen komen we in menig stadscentrum Kerstmannen (soms compleet met arrenslee en rendieren) tegen, en stewardessen zijn speciaal getraind om reizigers gerust te stellen, waarbij zij meteen met *tax free* drank, parfum en sigaretten rondgaan. Glimlachen en emotionele affectie tonen zijn niet te miskennen vaardigheden in door consumptie gedomineerde omgevingen. Mensen moeten zich te allen tijde welkom weten en thuis voelen, zodat ze hun vrije tijd met volle teugen kunnen vieren.

Tegelijkertijd – en dat is het paradoxale – vraagt deze nadruk op aangenaam verpozen om stringente regulering. Zonder disciplinerende mechanismen, aldus Bryman, zouden thematisering, hybride consumptie, merchandising en het klantvriendelijk entertainen van klanten een stuk minder effectief functioneren. Zulke controlemechanismen hebben op tal van zaken betrekking: het doen en laten van werknemers, het hoog houden van een imago, verkeersstromen, maar bovenal het in de gewenste banen leiden van klanten en gasten. Ruimtelijke inrichting en *design* in de vorm van wandelpaden, hekken, paaltjes en borden moeten in combinatie met toegangsvoorwaarden, huisregels, bewakingscamera's en particuliere beveiligers menselijk gedrag reguleren met het oog op een ongeremde vrijheidssensatie. Bijgaand kunnen we spreken van een gerealiseerde 'veiligheidsutopie' (Boutellier 2002): 'helemaal los gaan' valt perfect samen met de begrenzing hiervan. Schoon, heel en veilig zijn welhaast ongemerkt een inherent onderdeel van uitgekiende marketingstrategieën geworden. Veiligheid stelt niet alleen gerust, maar nodigt ook uit.

Niet erg Mickey Mouse

De uitnodigende inslag van pretparken, winkelcentra en andere Disney-achtige omgevingen maakt dat de aanpak van criminaliteit, overlast en ander onmaatschappelijk gedrag veelal in private handen terecht is gekomen. Plat gezegd komt dit neer op het beginsel dat 'wie betaalt, bepaalt'. Particuliere beveiligers werken altijd in een opdrachtgever/opdrachtnemer-relatie. Daarbij ontlenen zij hun autoriteit aan voornoemde toegangsvoorwaarden en huisregels. Voordat mensen een vliegtuig of voetbalstadion betreden stemmen zij impliciet in met de eis dat beveiligers hen aan een uitgebreide *security check* onderwerpen. Duidelijk leesbare borden bij de ingang geven aan dat de aanwezigheid van zaken zoals vuurwerk, wapens, drugs en vloeistoffen niet worden getolereerd. Als verboden toch worden overtreden kunnen beveiligers mensen de toegang tot een terrein weigeren. Desnoods zetten beveiligers met behulp van politieagenten bezoekers uit als zij zich naderhand niet aan de geldende normen en regels hebben gehouden. Menig hooligan is zo met een stadionverbod naar huis gestuurd.

Voorals Shearing en Stenning (1983) hebben de samenhang tussen het werk van beveiligers en wat zij *mass private properties* (pretparken, winkelcentra, luchthavens) noemen uitgebreid beschreven en becommentarieerd. Deze samenhang heeft in hun optiek drie belangrijke maatschappelijke consequenties: veiligheid wordt instrumenteel ingezet, er ontstaat een soort 'controlecultuur' en democratische rechtsbescherming raakt verzwakt. Het instrumenteel inzetten van veiligheid duidt er, in de eerste plaats, op dat er een herijking plaatsvindt van wat (on)veiligheid is. Criminaliteit en overlast worden niet langer in morele, maar hoofdzakelijk in financiële termen geduid. De primaire doelstelling van beveiligers is het voorkomen van schade en verlies, niet het in de kraag vatten van dieven en vandalen. Misdad wordt pas misdad wanneer er bedrijfsbelangen in het geding komen. Een intrinsiek gemotiveerde normstelling – de ondersteuning van 'goed' en de bestrijding van 'kwaad' – ontbreekt. Ten tweede worden veiligheid en sociale controle fijnmazig verweven met andere functies en aspecten van *mass private properties*. Te veel opvallend aanwezige beveiligers kunnen de clientèle wel eens afschrikken. Ook camerasystemen en attente winkelbedienden hebben een taak bij het beperken van diefstalschade. Toezicht en controle raken op subtiele wijze alomverteenwoordigd, zonder mensen fysiek op te sluiten. Bezoekers van een winkelcentrum kunnen zich vrij bewegen, maar ze worden overal in de gaten gehouden.

Tenslotte verandert de aard van afgegeven sancties. Civielrechtelijke instrumenten bedoeld om uitzetting en uitsluiting mogelijk te maken raken steeds meer in zwang om overtreders van huisregels te straffen. Hierbij kan worden gewezen op de groeiende betekenis van *private justice* (of 'coulisenrechtspraak') in onze samenleving. Een Nederlands equivalent van deze ontwikkeling is de invoering van de 'collectieve winkelontzegging' (cwo) als veiligheidsinstrument. Middels cwo's kunnen aangesloten ondernemers aan mensen die

ongewenst verdrag vertonen of hebben vertoond – hangjongeren, zwervers, verslaafden, veelplegers – afhankelijk van de ernst van het delict een toegangsverbod van zes maanden tot een jaar voor hun winkel opleggen (Wesselink et al. 2009). Particuliere beveiligers en leidinggevendenden zijn hierbij de spil in het web. Zij moeten een overtreder, samen met een getuige, de cwo-uitvaardiging laten ondertekenen. Dwang is uit den boze wanneer die overtreder weigert, al wordt een cwo ook rechtsgeldig als er twee getuigen tekenen. Daarna hebben beveiligers de taak om verwijderde sujetten blijvend buiten de deur te houden. Mocht na een eventuele strafrechtelijke vervolging toch vrijspraak voor een verdachte volgen dan heeft dit geen direct effect op zijn cwo. Vrijspraak – zo is redenering – neemt de mogelijkheid niet weg dat de betrokkene alsnog over de schreef gaat. Alle kans op denkbare, maar nog niet geconstateerde, verliezen moet worden voorkomen. Dit voorbeeld toont aan dat de ‘Disney-orde’, om in het jargon van Shearing en Stenning (1987) te blijven, kanten heeft die ‘niet erg Mickey Mouse zijn’. Anders gezegd: de vrolijkheid van een pretparksamenleving heeft ook zo zijn schaduwzijden. Met de cwo wordt het klassieke strafrecht buitenspel gezet, terwijl de rechtsbescherming voor burgers beperkt blijft. Attractieve omgevingen gaan gepaard met een aan de oppervlakte onzichtbare, doch zeer aanwezige en doeltreffende, harde hand.

Risicoloze risico's

De Disney-filosofie van consumptie aanwakkerende uitbundigheid is niet beperkt gebleven tot het metier van de vrije tijdsindustrie. Onder invloed van *city marketing* wordt ook het stedelijk domein neergezet als een aantrekkelijk ‘thema’ vol met positieve impressies en nieuwe ervaringen, inclusief een hotelarrangement, excursie en enthousiaste gids. De openbare ruimte als geheel is trekken van een gereguleerd pretpark gaan vertonen. Amsterdam beveelt toeristen aan ‘het fijne’ van de rosse buurt te leren kennen via ‘een pikante en informatieve wandeling, die u rode oortjes zal bezorgen’. Vervolgens kan er worden uitgerust tijdens een boottour door de hoofdstadelijke grachtengordel: ‘de kalme rust van het water’ zorgt voor een ‘relaxte sfeer’.⁷ Rotterdam pakt het heftiger aan met de organisatie van *Batavia City Racing* – ‘Nederlands grootste Formule 1 event’,⁸ waaromheen een heel multimediaspektakel is georganiseerd. Een speciaal in het leven geroepen *gaming site* daagt geïnteresseerden vast uit: ‘stroomt er bij jou benzine door je aderen? Trap jij altijd het pedaal tot aan het metaal? Dan ben jij kandidaat om een van onze bolides als snelste door de straten van Rotterdam te bullen’.⁹ De pompende adrenaline en gierende banden slaan ervan af. Geheel opgewarmd kunnen liefhebbers de fraaie sportwagens die door het straatbeeld flitsen tegemoet treden. Na afloop van het dagje spektakel doet een sleutelhanger van *Rotterdam World Port City* de rest als geïnteresseerde herinnering aan een onvergetelijke dag.

Parallel aan deze ontwikkelingen zetten gemeenten in op veiligheidsbeleid dat de logica van pretparken weerspiegelt. Stimulering van feestelijke uitspattingen gaan gepaard met een intensivering van beveiliging, toezicht en handhaving met als gevolg dat er fantasiesteden ontstaan waar ‘risicoloze risico's’ (Hannigan 1998, p. 67) volop gekocht en genoten kunnen worden. Steden profileren zich op hun spannende anders-zijn, maar dan wel graag binnen een overzichtelijke en gebruikersvriendelijke setting. De opschoning, herinrichting en herovering van de Amsterdamse Rosse Buurt kan in dit licht worden geïnterpreteerd. Gewapend met de wet-Bibob probeert de gemeente van criminaliteit verdachte seksbazen uit het straatbeeld te verdrijven. Als zij de integriteit van hun bedrijfsvoering niet kunnen verantwoorden gaat de tent dicht. Buiten op de Wallen worden zogenaamde Vliegende Brigades ingezet bestaande uit toezichthouders, handhavers en hulpverleners.¹⁰ Samen met onder meer de politie en de GGD/GGZ binden zij de strijd aan tegen verloedering en overlast. Zwervers, verslaafden, gestoorden en ander hinderlijk volk moeten waar het kan worden geweerd. Nieuwsgierige toeristen, flanerende dagjesmensen en schichtige behoeftigen vertoeven graag in een verzorgde en vredige omgeving.

Langs deze weg wordt de bekoorlijkheid van de grote stad afgemeten aan haar vermakelijkheidsgehalte. Wat steden bindt, schrijft Zijdeveld (1991, p. 98), ‘is het leuke, zo niet de pret. [...] Het is de pretparkstijl. [...] Beschilderde trams, van dichtregels voorziene vuilniswagens en ludiek ogend straatmeubilair – een enig begripje! – zijn tegenwoordig bekende onderdelen van tot pretparken omgebouwde steden. Uitgekeken op de spelletjes en shows van de televisie, zo lijkt het wel, willen we nu van de steden één grote audiovisuele en vermakelijke show maken’. Zijdeveld besteedt in zijn verhaal geen aandacht aan het veiligheidsaspect in dezen; de pregnante aanwezigheid van stewards, beveiligers, portiers, uitsmijters en ander politie(achtig) personeel is iets van latere jaren. Zeker tijdens festivals zoals het Rotterdamse *racing event* en in het nachtleven valt dit op. Enerzijds hebben beleidsmakers en ondernemers bewust ‘liminale’ – dat wil zeggen: ambigue en desoriënterende – zones van verrukking en extase gecreëerd. Normale omgangsvormen, de normatieve setting van het ‘gewone leven’, worden even opzij gezet; vanuit winstoogpunt moet er gefeest en geflirt worden. Anderzijds gaat zulks gepaard met een neergaande spiraal van dronkenschap, vechtpartijen en veiligheidsmaatregelen. Zaken mogen onder geen beding uit de hand lopen. Een nogal hypocriete situatie, verzuchten Hobbs (2005) en zijn collega’s. Het ludieke van een pretparksamenleving draagt inderdaad iets dubbelhartigs in zich.

Modeldorp

Het door *Disneyization* aangeprezen en gestimuleerde consumptiegedrag wordt vaak verknoopt met het optimistische idee van (absolute) vrijheid. In de woorden van Twitchell (1999, p. 27): ‘we hebben een ongekend niveau van welvaart en persoonlijke vrijheid bereikt. We zijn gezonder dan vroeger, hebben minder zwaar werk en leven langer dan ooit tevoren. Dit komt vooral omdat we kunnen consumeren, waarbij er ironisch genoeg meer tijd aan carnaval dan aan kerkgang opgaat’. Impliciet wordt het liberale uitgangspunt gehuldigd dat individuen vrij moeten zijn om onafhankelijk en zonder belemmering hun levensgeluk vorm te geven. Niettemin dreigt de utopische aantrekkingskracht van ‘veilige vrijheid’ dergelijke uitgangspunten te verdringen voor een hang naar controle en beheersing. Neem het verschijnsel *gated communities*, compleet met eigen scholen, ziekenhuizen en winkelcentra zoals Celebration, Disney’s modeldorp in Florida.¹¹ Iemand die in zo’n dorp een huis koopt moet een gedetailleerd contract ondertekenen ‘waarin ter plekke geldende rechten en regels staan opgesomd over de levenswijze en cultuur van de betreffende gemeenschap. Deze kunnen variëren van het verbod op het drinken van alcohol tot de plaats waar de was moet worden opgehangen’ (Schuilenburg 2009, p. 211). Behaaglijke afzondering is het uitgangspunt wat – onder deze assumptie – alleen kans van slagen heeft als een zo gelijkgezind mogelijke, en goed gereguleerde, bevolkingssamenstelling wordt geconstrueerd. Conflict en wrevel staan de propere *community*-identiteit alleen maar in de weg.

Bovendien laat het voorbeeld van *gated communities* zien dat binnen de context van een aan consumptie verslengerde samenleving de één zijn vrijheid onevenredig veel ten koste gaat van die van de ander. Ongedwongen wonen, winkelen en recreëren is aan een relatief kleine elite voorbehouden die minderbedeelde bevolkingsgroepen zo ver mogelijk buiten hun poorten wil houden (Varman en Vikas 2007). Dit gezichtspunt wordt nog verder gecompliceerd als we bedenken dat niet alleen externe belemmeringen (muren, sloten, slagbomen), maar tevens interne obstakels mensen in de weg kunnen staan. Neigingen om nog meer symbolen van status en identiteit – de *bling-bling* van merkkleding en dure sieraden – te consumeren kunnen verslavend werken en dus onvrijheid bevorderen. Waar discussies zich echter vooral op toespitsen is de vraag of op individuele consumptie ingestelde ruimten geen verschuiving teweeg hebben gebracht in de richting van exclusiviteit – het alleenrecht op een vrijheidssensatie en daarmee gepaard gaande mechanismen van uitsluiting. In extremo kunnen dergelijke tendensen uitmonden in wensen van zelfbarricadering als uiting van het

passieve 'recht' alleen te worden gelaten. Meer nog dan de *gated community* vormt dat van de *sports utility vehicle* (of s.u.v.) een krachtig beeld (Mitchell 2005). Hoog verheven in hun Hummer H3, BMW X5 of Audi Q7, compleet met airconditioning, *global positioning system* en mobiele telefoonverbinding zijn bestuurders de soevereine heersers van het wegennet. Beschermd tegen alles en iedereen die hen voor de wielen loopt, wanen zij zich vrij en veilig. Dat het evenwel om asymmetrische veiligheid gaat, leren de ongevallenstatistieken. En echt vrij zijn de benzineslurpende eigenaren ook al niet, afhankelijk als zij zichzelf en de samenleving maken van buitenlandse olieproducenten.

Ondraaglijke lichtheid

Vooropgesteld dat een dagje pretpark of *fun shoppen* heel gezellig kan zijn, roept de neiging om onze alledaagse werkelijkheid inwisselbaar te maken met een op individueel plezier geënte belevenisproductie de nodige bedenkingen op. Al eind jaren zeventig vroeg Sennett (2002 [1977]) zich af of we niet zo met onszelf gepreoccupeerd zijn geraakt dat we geen interesse meer hebben in de wereld voorbij onze eigen genoegens. En of het publieke domein nog wel een plek biedt aan mensen om te participeren. In zijn historische relaas wijst Sennett erop dat de stedelijke openbare sfeer zich tot medio negentiende eeuw kenmerkte door wat hij *civility* (beleefdheid, hoffelijkheid) noemt: gereserveerdheid en onpersoonlijkheid waren de morele codes voor de omgang met elkaar. Over de afgelopen anderhalve eeuw zijn deze codes in verval geraakt door opkomend 'flexibel kapitalisme' en 'secularisering', zodat zingevingbronnen van God naar de mens zijn verschoven. Een enorm toegenomen concentratie op 'het zelf' – op mijn gevoelens en op wie ik ben – is de directe consequentie.

Bijgaand heeft het geloof postgevat dat ontmoetingen en relaties pas authentiek en oprecht zijn, wanneer onze hang naar persoonlijke identificatie en emotionele voldoening worden bevredigd. Sennett ziet daarentegen een 'tirannie van de intimiteit' (de drang van 'eigen emotie eerst') die tot mislukking en onvrede is gedoemd, omdat zelfobsessie nooit de maatstaf kan zijn voor intermenselijke omgang in de gemêleerde hectiek van het straatleven. Hij signaleert als tegenreactie een terugtrek naar het bekende en vertrouwde van de eigen private sfeer. Mensen trekken zich terug in zichzelf, in de huiselijke kring of in 'zuivere' (en als zodanig 'anti-stedelijke') gemeenschappen belichaamd door *shopping malls* en *gated communities*. Algemene belangen en het vermogen om met anderen om te gaan raken uit zicht, wat uiteindelijk tot twist en desintegratie aanleiding geeft. Zelfs de ogenschijnlijk broederlijke (of zusterlijke) gemeenschappen van gelijkgestemden zijn niet tegen deze destructieve krachten bestand. Een gefragmenteerde samenleving is het eindresultaat.

Recenter heeft Verbrugge (2004) gewaarschuwd voor het hachelijke karakter van een 'solipsistische' levensinstelling. Hij bekritiseert de ondraaglijke lichtheid van reclame, entertainment en 'het moet gewoon lollig zijn', omdat er te weinig serieuze belangstelling overblijft voor de donkere en moeilijke kanten van het menselijk bestaan. Somberheid, tegenslagen en pijn verworden tot onproductieve gevoelens, behalve als ze sentimentele televisie en hoge kijkcijfers opleveren. Tegelijkertijd blijft de negativiteit van het leven wel degelijk ondergronds en onbewust dooretteren, wat volgens Verbrugge tot uiting kan komen in een kwaadaardige roes en plotselinge uitbarstingen van redeloze woede. Voorbeelden zij de populariteit van agressieve computerspelletjes, donkere popmuziek, druggebruik en coma-zuipen tijdens uitgaansavonden – tendensen die maar al te snel 'zinloos geweld' en extra beveiligingsmaatregelen met zich meebrengen. Als alternatief bepleit hij meer sensitiviteit voor de 'goede' (of 'zinnvolle') behoeften van een samenleving. We zullen weer een idee moeten krijgen van zelfbeheersing, gemeenschapszin en zorg voor elkaar.

Ondanks het ietwat zware cultuurpessimisme waarmee deze beschouwingen gepaard gaan, is het hernieuwde accent dat zij leggen op meer communitaristische benaderingen van vrijheid relevant als tegengewicht voor de onderhuidse leegte van een pretparksamenleving.

Hier wordt vrijheid niet louter opgevat als mogelijkheid van zelfontplooiing (of mensen zich waarlijk ontplooiing is secundair) zoals individualistisch opgevatte vrijheid oppert; een mens kan, integendeel, pas vrij zijn wanneer hij (of zij) het leven actief invulling geeft – en dan draait het om meer dan ‘doen wat ik wil’ alleen. Het gaat ook om toekenning van wat van waarde is, een toekenning die alleen kan geschieden in dialoog met onze maatschappelijke omgeving (Taylor 1979). Dit inzicht hangt samen met de idee dat veiligheid de grondtoon vormt van een stabiele samenleving in de zin dat het een fundamenteel sociaal goed is. Veilig verwijst niet alleen naar de afwezigheid van risico en gevaar, maar is eveneens constituerend voor het smeden van identiteit, vertrouwen en saamhorigheid (Boers et al. 2008). Etymologisch is ‘veiligheid’ dan ook nauw verwant met een woord als de ‘zekerheid’ van een gemeenschap – *securitas* in het Latijn (Van Zuijlen 2004).

In democratisch opzicht moet het besef dat vrijheid en veiligheid een positieve waardering vergen niet worden gebagatelliseerd, omdat veilige burgers beschaafde (*civilized*) burgers zijn (Loader en Walker 2007). Vervreemding, angst en onzekerheid leiden tot een (populistische) roep om bescherming, die autoritaire en tirannieke sentimenten in de kaart kunnen spelen. Het is daarom niet verrassend dat in onze onoverzichtelijk geworden samenleving de behoefte aan een terugkeer naar ‘de gemeenschap’ luid opklinkt. Probleem is alleen dat niet duidelijk wordt wat precies wordt bedoeld en of het herintroduceren van gemeenschappelijkheid geen al te rooskleurige illusie is. Het verdient stellig overpeinzing hoeveel ‘gemeenschap’ een mens kan verdragen, omdat te veel hiervan eveneens verstikkend, bedreigend en uitsluitend kan werken. Ondanks uitwassen van narcisme en anomie blijft bijval voor creatieve zelfontplooiing gewenst (Taylor 2007 [1991]). De hang naar monomane behoeftenmaximalisatie berust op een even fataal misverstand als het teruggrijpen op een ‘hechte’ gemeenschap die bovendien niet (meer) bestaat.

Tegen deze achtergrond wordt duidelijk dat iedere maatschappij een ‘morele ruimte’ (Sztompka 2002) nodig heeft, omdat anders het democratisch spel uitgehold wordt tot een instrumentele uitoefening van rechten en het volgen van procedures (met een zware last voor juristen tot gevolg). Hoewel wetten en rechten onmiskenbaar moeten worden gerespecteerd, vormen onderlinge plichten en wederzijds respect de smeerolie van het dagelijks samenleven. Een stedelijk domein waarin naar hartenlust geconsumeerd kan worden, maar die verder van iedere gemeenschappelijkheid gespeend is, wordt onleefbaar. Op hetzelfde moment moeten we doordrongen blijven van de gedachte dat authenticiteit, zelfbeschikking en zelfontplooiing typisch zijn voor de moderne westerse cultuur. Het zijn belangrijke verworvenheden, die hun morele – en zodoende transcendente (of het ‘ik’ overstijgende) – grondslag vinden in maatschappelijk engagement en het nemen van sociale verantwoordelijkheid. Ontsporingen vinden plaats zodra de samenleving wordt geneutraliseerd tot een pretpark waar doelloze commercie de boventoon voert. Daadwerkelijk samen-leven kan enkel bestaan bij de gratie van een zekere ‘burgervriendschap’ (Woldring 1994, p. 46) die soepele, maar zeker geen conflictloze, vormen van altruïsme en solidariteit veronderstelt.

Tot besluit

In dit hoofdstuk is stilgestaan bij processen van *Disneyization* – een universeel fenomeen dat bijdraagt aan uitnodigende stedelijke omgevingen van op consumptie gestoeld vertier en vermaak. Daartoe moeten deze ruimten schoon, heel en veilig, want aantrekkelijk voor bezoekers, zijn. *Disneyization* beperkt zich niet tot afgebakende ruimten zoals pretparken, winkelcentra en vakantieoord. Ook het publieke domein, gevuld met toeristenattracties, festivals en feesten, is gevoelig voor Disney’s toverkracht. Inherent aan deze wereldomspannende, op de Amerikaanse leest gestoelde, processen is dat gevoerd veiligheidsbeleid een groep van afwijkende en daarom ontoelaatbare groepen (samenklittende jeugd, ongewassen daklozen en andere potsenmakers) genereert. Zij kunnen de prettige sfeer

alleen maar verstoren. Wat op termijn achterblijft, is een stad zonder rafelranden, een hygiënische ruimte van gelijkgestemden. Dit is een uiterst precaire situatie aangezien het mensen alsmaar gevoeliger maakt voor (kleine) onregelmatigheden en incidenten. Het afsluiten van of terugtreden uit de chaotische veelkleurigheid van het stadsleven draagt bij aan neerwaartse spiralen van wantrouwen en vervreemding. Voorgaande constatering is cruciaal, omdat er in een pluralistische samenleving van wordt uitgegaan dat mensen openstaan voor onverwachte ontmoetingen die hen dwingen met anderen om te gaan. Buiten onze eigen kaders kunnen denken is essentieel voor democratisch burgerschap.

Vanuit dit perspectief moeten ontmoetingen binnen het publieke domein niet alleen aangenaam en voorspelbaar zijn, maar tevens verwondering, korzeligheid en zelfs irritatie kunnen oproepen. Pretparken hebben op den duur iets saais en meligs over zich, omdat mogelijkheden van spontaniteit en ontsnapping tot een minimum worden gereduceerd. Daarenboven leggen pretparken eendimensionaal de nadruk op leuke en fijne ervaringen. Dat het onverhoeds mis kan gaan komt in dit wereldbeeld niet op, terwijl tegenslagen – ongeluk, ziekte, dood – onlosmakelijk bij ons bestaan horen. Te veel geloof in voorspelbaarheid en voorspoed kan leiden tot een overmoedige levenshouding die de impact van op de loer liggend onheil danig onderschat. Gevolg kan zijn dat er snel paniekerig en in de verwijtende sfeer wordt gereageerd als het, ondanks alle genomen veiligheidsmaatregelen, toch een keer mis gaat (een ‘aanslag’ op Koninginnedag!), hoewel pech en noodlot – hoe verschrikkelijk ook – onafwendbaar blijven. Derhalve is het zaak een open oog te houden voor de mogelijkheid van niet-geplande gebeurtenissen en onaangename verrassingen. Kunnen omgaan met wat ons eenvoudigweg overkomt, is van wezensbelang voor de draagkracht van een volwaardige samenleving.

Literatuur

Backes, N., Reading the shopping mall. *Journal of popular culture*, 31 (3). P. 1-17, 1997.

Baudrillard, J., *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1994 [1981].

Boers, J., Steden, R. van, Boutellier, H., Het effect van positieve en negatieve factoren op veiligheidsbeleving: Een kwantitatieve studie onder inwoners van Amsterdam, *Tijdschrift voor veiligheid*, 7 (3). P. 34-52, 2008.

Boutellier, H., *De veiligheidsutopie: Hedendaags onbehagen en verlangen rondom misdaad en straf*. Den Haag: Boom juridische uitgevers, 2002.

Bryman, A., *The Disneyization of society*. Thousand Oaks: Sage, 2004.

Crawford, M., The world in a shopping mall. In Sorkin, M. (red.), *Variations on a theme park: the new American city and the end of public space*. New York: Hill and Wang. P. 3-30, 1992.

Hannigan, J., *Fantasy city: Pleasure and profit in de postmodern metropolis*. Londen: Routledge, 1998.

Hobbs, D., Winlow, S., Hadfield, P. en Lister, S., Violent hypocrisy: governance and the night-time economy. *European journal of criminology*, 2 (2). P. 161-183, 2005.

Loader, I. en Walker, N., *Civilizing security*. Cambridge: Cambridge university press, 2007.

Mitchell, D., The S.U.V. model of citizenship: floating bubbles, buffer zones, and the rise of the 'purely atomic' individual. *Political geography*, 24 (1). P. 77-100, 2005.

Mommaas, H., *De vrijetijdsindustrie in stad en land: Een studie naar de markt van belevenissen*. Den Haag: Sdu Uitgevers, 2004.

Pine, J. en Gillmore, J., *The experience economy: Work is a theatre and every business a stage*. Boston: Harvard university press, 1999.

Ritzer, G., *The McDonaldization of society* (revised new century edition). Thousand Oaks: Sage, 2004.

Sennett, R., *The fall of public man*. Londen: Penguin books, 2002 [1977].

Schuilenburg, M., Assemblages. In Romein, E., Schuilenburg, M. en Tuinen, S. van (red.), *Deleuze compendium*. Amsterdam: Boom. P. 205-223, 2009.

Shearing, C. en Stenning, P., Private security: Implications for social control. *Social problems*, 30 (5). P. 493-506, 1983.

Shearing, C. en Stenning, P., Say cheese! The Disney order that is not so Mickey Mouse. In Shearing, C. en Stenning, P. (red.), *Private policing*. Newbury Park: Sage. P. 317-323, 1987.

Sztompka, P., On the decaying moral space: Is there a way out? *European Review*, 10 (1). P. 63-72, 2002.

Taylor, C., What's wrong with negative liberty. In Ryan, A. (red.), *The idea of freedom*, Oxford: Oxford University Press. P. 175-193, 1979.

Taylor, C., *De malaise van de moderniteit*. Kampen: Ten Have, 2007 [1991].

Twitchell, J., *Lead us into temptation: The triumph of American materialism*. New York: Columbia university press, 1999.

Varman, R. en Vikas, R., Freedom and consumption: Toward conceptualizing systemic constraints for subaltern consumers in a capitalist society. *Consumption, markets and culture*, 10 (2). P. 117-131, 2007.

Verbrugge, A., *Tijd van onbehagen: Filosofische essays over een cultuur op drift*. Amsterdam: Sun, 2004.

Voyce, M., Shopping malls in Australia. The end of public space and the rise of 'consumerist citizenship'? *Journal of sociology*, 42 (3). P. 269-286, 2006.

Wesselink, L., Schuilenburg, M. en Calster, P. van, De collectieve winkelontzegging. *Tijdschrift voor veiligheid*, 8 (1). P. 6-19, 2009.

Woldring, H., *Vriendschap door de eeuwen heen: Wijsgerige beschouwingen over vriendschap als gave en opgave*. Baarn: Ambo, 1994.

Zijderveld, A., *Staccato cultuur, flexibele maatschappij en verzorgende staat: De ironie van wat ons drijft en belangrijk dunkt*. Utrecht: Uitgeverij Lemma, 1991.

Zuijlen, R. van, Veiligheid als begrip: fundering van de rechtsorde. In Muller, E. (red.), *Veiligheid: studies over inhoud, organisatie en maatregelen*. Alphen aan den Rijn: Kluwer. P. 7-24, 2004.

Zukin, S., Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption. *Urban studies*, 35 (5/6). P. 825-839, 1998.

Zie op Internet:

- 1 www.efteling.nl
- 2 www.bataviastad.nl
- 3 www.hollebolleboom.nl
- 4 www.schiphol.nl
- 5 www.artisdepartis.nl
- 6 www.magnaplaza.nl
- 7 www.iamsterdam.nl
- 8 www.bavariacityracing.com
- 9 www.brullendebolides.nl
- 10 www.eenveiligamsterdam.nl
- 11 www.celebration.fl.us

De auteur (1976) is Universitair Docent Bestuurswetenschappen aan de Vrije Universiteit te Amsterdam.